DOĞU BATI

DÜŞÜNCE DERGİSİ | YIL: 28 | SAYI: 111 | KASIM, ARALIK, OCAK 2024-25 | ISSN: 1303-7242

SANAT YAZILARI - I

DOĞUBATI

Yazarın Sosyal Medya İle İmtihanı:

Dijitalleşme Kaynaklı Dönüşen Edebî Alan, Gündelik Hayat ve Okuma-Yazma Pratikleri

Mehmet Özkan Yıldırım

Dijitalleşme, gündelik hayatın her alanını olduğu gibi edebî alanı da dönüştürmekte, bu alandaki aktörlerin edebî olanla kurduğu ilişkiyi yeniden şekillendirmektedir. Bu çalışmada geniş bir kullanım alanı bulunan dijitalleşme kavramı, sosyoloji disiplininde yer alan gündelik hayat ve edebî alan kavramlarıyla ele alınarak edebî eser üreticilerinin pratikleri incelenecektir. Şairler, yazarlar, çevirmenler ve editörler gibi edebî eser üreticilerinin dijitalleşmeye ilişkin anlatıları, metin okuma ve üretme pratikleri, bilgiyle kurdukları ilişkinin dönüşümü bu çalışmanın temel sorunsallarını oluşturacaktır. Araştırma, şair, yazar, çevirmen, editör, genel yayın yönetmeni gibi edebiyatın farklı türlerinde üretim yapan ve on dokuz kişiden[1] oluşan bir etnografik sahayla anlamlandırılmaya çalışılacaktır.

---

[1] Çalışmada görüşmecilerin adları gizli tutulmuş onun yerine rastgele takma adlar verilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcı gözlemlerle veri toplanmış, alan notları, yansıtıcı günlüklerle çalışma zenginleştirilmiştir. Görüşmelerde ses kaydı alınmış, daha sonra manuel olarak kodlanmıştır. Görüşmecilerin 14'ü erkek, 3'ü kadın ve 2'si LGBT+ bireylerdir. LGBT+ geniş bir cinsiyet ve yönelimi dile getirdiği için nötr olarak ele alınmıştır. Görüşmecilerden 3'ü 1965-1979; 16'sı 1980-1999 yılları arasında doğmuştur. Görüşmecilerin yaş ortalaması 38'dir. En genç görüşmeci 1999, en yaşlı görüşmeci 1972 doğumludur. Ayrıntılı bilgi için bkz: Yıldırım, Mehmet Özkan. (2024). "Edebî Eserlerin Üretilmesinde Yeni Medyanın Rolü." Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Bu anlamlandırma, açığa çıkarma çalışmasının gerçekleşmesi için Pierre Bourdieu'nün edebî alan (*le champ littéraire*) kavramı hem sahayı hem de edebî alanın dijitalleşme kaynaklı dönüşümünü açıklamakta kuramsal çerçeveyi oluşturmaktadır. Öte yandan de Certeau ve Lefebvre'in başat rol oynadığı gündelik hayat literatürü de gündelik pratikler söz konusu olduğunda başvurulan kaynaklar olacaktır. Dolayısıyla bu çalışmanın anahtar kavramları "edebî alan", "gündelik hayat" ve "dijitalleşme"dir. İlgili kavramlar ve literatüre değinildikten sonra, gündelik hayat içinde edebiyatçıların bilgiyle ve edebî olanla kurdukları ilişki ve pratiklerin dönüşümü ele alınacaktır.

BOURDIEU'NÜN KAVRAMLARIYLA EDEBÎ ALAN VE HABİTUS: DÖNÜŞÜMLER, YÖNELİMLER

Pierre Bourdieu'nün sosyolojik yaklaşımı, toplumsal alanları ve bu alanlardaki dinamikleri anlamak için kapsamlı bir çerçeve sunar. Bourdieu'nün teorisi, özellikle alan, habitus ve sermaye kavramları üzerine kuruludur. Bu kavramlar, toplumsal yapıların nasıl işlediğini, aktörlerin bu yapılar içinde nasıl konumlandığını ve birbirleriyle nasıl mücadele ettiğini açıklamaya çalışır. Türkiye edebî alanı özelinde bu teorik çerçeve, alandaki aktörlerin davranışlarını, ilişkilerini ve dönüşümlerini anlamak için önemli bir araç sunar.

Bourdieu sosyolojisinin başat ögesi, meseleleri onları çevreleyen tüm faktörlerle ilişkili ve bir arada düşünmektir. Hep bir kazı fikrinin Bourdieu sosyolojisinde ön planda olduğu görülür. Bourdieu'nün geliştirdiği alan teorisi ve buna bağlı olarak ilişkisel düşünme hali, bir alanın çözümlenmesi için o alandaki rekabeti, hiyerarşileri ve çatışmayı ön plana alır. Kazı yapılacak yer dolayısıyla bir alanda gerçekleşen mücadelenin ne için ve nasıl yürütüldüğü noktasıdır. Zira tüm alanların başat ögesi aktörler arasındaki mücadeledir. Alana yeni giren ve alanda bir konum elde etmiş olanlar arasında sermaye biçimlerinin dağıtımı ve tanımı noktasında sürekli bir mücadele söz konusudur.

Alana her fail kendi sermaye biçimleriyle giriş yapmakta ve alanda kalıcı olmak için mücadele etmektedir. Alan kavramıyla yapılacak bir analiz üç temel analitik moment içermektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 90): (I) alanın konumunu çözümlemek için belirleyici bir iktidar alanının varlığı (alanda hâkim pozisyonda olanların birikmiş sermayeleri), (II) rakip toplumsal failler ya da kurumların işgal ettiği konumlar arasındaki ilişkilerin nesnel yapısının inşası, (III) faillerin belirli bir toplumsal ve iktisadi sermayeyi içselleştirerek edindikleri yatkınlık/eğilim sistemlerinin (*habitus*) çözümlenmesi.

Ancak her alan yürürlükte olan oyuna ve mücadeleye katılımı temel alan bir inancı (*illusio*) varsaymaktadır. Bunu edebî alana uyarladığımızda, edebî alanda failler oyunun ilkelerine bağlı bir *illusio* yaratırlar. *İllusio*'ya dair sorunun genelde sorulmadığının altını çizen Bourdieu (2021: 243), bir alandaki dinamiklere ve kurallara bir itirazın olabileceğini ancak oyunun oynanmaya değer olup olmadığına dair bir sorgulamanın gerçekleşmediğini belirtmektedir. Bu durum her alanda bir çıkar biçiminin ve oyunda kaybedilip kazanılacaklar konusunda yazısız bir sözleşmenin harekette olduğunu göstermektedir. Edebî alanda *illusio*, genellikle "tutku" biçiminde görünür olmaktadır. Yaptığımız saha görüşmelerinde görüşmecilerin neredeyse tamamı edebiyatla olan ilişkilerini tutku sözcüğüyle ifade ederek, oyunun dışında daha farklı bir değeri yüceltmişlerdir. Bu edebî alana yapılan yatırımın bir örneğini oluşturmaktadır.

Bourdieu, konumların (örneğin bir disiplin tarafından işgal edilen konum), yatkınlıklar (faillerin bu konuma dışarıdan getirdikleri habituslar; kalıcı, uzun soluklu olma biçimleri) ve aleni konum alışlar (gerek pratikler gerekse söylem ve temsiller) arasında bir bağlantı olduğunu ileri sürer (Bourdieu, 2021: 348). Bağlantılar ise habitus aracılığıyla gerçekleşir. Habitus kavramı belli bir durumda yapılması gerekli olan şeye ilişkin pratik kavrayışı içermektedir (Bourdieu, 2006: 41). Esasen bir oyuncunun oyunu okumasına benzemektedir. Oyuncu bir oyunun içerisine girerken belirsiz olan geleceği habitus aracılığıyla ön görme kapasitesini elde etmektedir. Bu açıdan habitus dışarıdan biçimlendiği gibi, dışarıdan gelerek öznenin kavrayışını belirlemeye denk düşmektedir. Her bir bireyi farklı oyunlarda, oyunun anlamını ve o anlamı koruyacak biçimde bağlamaktadır. Alan kavramıyla açığa çıkan nokta habitusu yapılandıran şeydir. Yani dünyayı belli bir biçimde zihinde var eden şeydir habitus. Bourdieu bunu su ve balık analojisiyle açıklamaktadır. Habitusun sudaki balık gibi olduğunu ifade ederek, balığın suyun ağırlığını hissetmediği ve o dünyayı çok doğal bir biçimde kavradığını söylemektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2014: 118). Çalışmanın yönü burada sahaya çevrildiğinde Türkiye edebî alanında bu durum somutluk kazanmaktadır. Türkiye edebî alanı yüzyıllardır varlığını sürdürmektedir. Ancak üyeleri bu alanı sürekli canlı bir yermiş gibi yaşayarak alanın varlığını korumaktadır. Alana içkin yeni kurallar, davranış kalıpları koyarak alanı her seferinde yeniden üretmektedirler. Yeniden üretim, alana ilgi duyanları hazırlamaya ve özendirmeye olanak sağlamakta (aşılama), alana dâhil olacak aktörler ve ilgi duyanlar tarafından bir talebin oluşmasına yol açmaktadır (içselleştirme).

Edebî alandaki aktörler dışarıdan getirdikleri yatkınlıklara uygun konuma yerleşmek için mevcut konumları değiştirebilecek miktarda sermaye

taşırlar. Bourdieu her alanda farklı sermaye türlerinin alana girişte ve aktörlerin alandaki varlığını sürdürmede önemli olduğunu ifade etmektedir. Sermaye kişinin belirli bir toplumsal alana dâhil olmasını, bu alan içerisinde rekabetin getirdiği özel amaçlara erişimini sağlayan ve belli bir toplumsal arenada mevcut, etkili bir kaynaktır. Bireylerin sahip olduğu eğilimler sistemi bu bireylerin işgal ettikleri toplumsal konuma, özel sermaye donanımlarına bağlıdır (Wacquant, 2007). Sermaye, alan içindeki kaynakların dağılımını merkeze alır. Bu açıdan ekonomik sermaye (servet, maddi ve parasal değerler), kültürel sermaye (kültür ürünleriyle kurulan imtiyazlı ilişki, beceriler, unvanlar, diploma vb.), sosyal sermaye (sosyal ilişkiler, bir gruba üyelikle kazanılan aidiyetler toplamı), sembolik sermaye (itibar, bilgi) gibi sermaye türleri söz konusudur. Ancak ileride görüleceği gibi dijital sermayenin (dijital araçlara yatkınlık, onları kullanma ve araçsallaştırma becerisi ve bilgisi) önemi de edebî alanda ortaya çıkmaktadır. Zira failler alana yapısal bir görünüm veren sermayeler üzerinden konumlara yerleşmekte ve varlıklarını sürdürmektedir.

Bu açıdan bakıldığında, edebî alanın toplumsal alandaki konumu iki hatta yerleşiklik kazanmaktadır: Biriktirilen sermayenin genel miktarı ve bunların bileşimi. Bir alan yapılaşmış bir konumlar uzamı olduğundan kendi özel belirlenimlerini yeni dâhil olanlara dayatan bir güç alanıdır. Örneğin edebiyat alanına dâhil olmak isteyen birinin gerekli asgari kültürel sermayeyi edinmekten (önceki edebî metinlere dair farkındalık, onları okumuş olmak, mevcut alanın dinamiklerini içselleştirmek ve gelişmeleri takip etmek), ilgili dönem ve yerdeki edebî çevrenin âdetlerine, düzenlemelerine bağlı kalmaktan başka bir seçeneği bulunmamaktadır. Buna icazet alma biçimi de denilebilir. İcazet kültürel sermaye edinmekle mümkün hale gelir. Ancak buradaki icazet örtük bir kabul olarak okunabilir. Öte yandan alanın bir alan olarak konumlandırılabilmesi için özerklik derecesine ihtiyacı söz konusudur. Özerklik derecesi bir alanın gelişimi sırasında kendisini dış etkilerden yalıtma ve yakın alanlar üzerinde onlara karşı kendi kriterlerini geliştirme kapasitesidir. Örneğin edebî alanın gazetecilik alanıyla olan ilişkisine baktığımızda, gazetecilikten farklı bir alan dinamiği olduğunu ama birbirleriyle ilişkili olabileceğini, bu alanların birinde biriktirilen sermayenin diğer alana tahvil edilebildiğini görebilmek mümkündür. Özerklik derecesi bu açıdan kendini farklılaştırma ve kalıcılaştırma biçimlerine işaret etmektedir. Bu ise her alanın, edebî alanda olduğu gibi alana dair ilkeleri savunanlar ve konumlarını pekiştirmek isteyenlerin dış güçler aracılığıyla farklı standartlar geliştirmeye çalıştığı bir çatışmalar alanı olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Söz gelimi edebî alan, görece özerklik derecesi olan, kendine ait kuralları ve ilkeleri dayatan, yeni

ve eskiler arasında gelişen bir çatışma alanına işaret ederken özerklik derecesi, her aktörün alana girmenin kurallarını örtük de olsa benimsediği ama farklı onay mercileriyle buraya dâhil olmak istemesi, bununla ilişkili olarak okunabilir. Özerklik, alanın kendine has bir oyun alanı içerisinde yer alması, kendisine ait bir sermaye yaratması ve bir başka alana doğrudan bağımlılığa indirgenmemesini ifade etmektedir. Böylece edebî alanın salt ekonomik sermayeye dayanmaması, kültürel sermaye oluşturması ve kendi oyun kurallarını dayatması onun özerk bir alan olduğuna somutluk kazandırmaktadır.

Özerk bir alan olan edebî alanda aktörlerin birbirleriyle olan ilişkileri ve birbirlerine dair geliştirdiği konum alışlar bu anlamda dikkat çekicidir. Türkiye edebî alanında sahada karşılaşılan bulguları şu şekilde alandaki mücadele dinamikleri çerçevesinde özetlemek mümkündür: Alandaki edebî eser üreticileri yeni girenlerin, önceden alanda olanlara saygılarının olmadığını, yeni yazarların eleştiriye tahammül sınırının düşük olduğunu, egolarının yüksek olduğunu, alana yeni girenlerin, girecek olanların giderek deneyim açısından yoksul olduklarını düşünmektedirler. Alandaki edebî eser üreticileri, yeni girenleri bir çete şeklinde ele alarak, ortak kullanım örüntülerinin olduğunu düşünmekte ve kategorize etmektedir. Alanın dinamikleri yeni girenlerle birlikte dönüşüme uğramaktadır. Bu dönüşümde sosyal medya kullanımı artık alanda aktör olmanın tamamlayıcı konumunda görülmektedir. Gençlerin dijital ortamları "sığınak, görece özgürlük alanı" gibi gördükleri düşünülmektedir. Dijital yerlilerin (genç kuşak) sosyal medyayı "sığınak" olarak görmesi, alanın geleneksel kapı bekçilerini (editörler, dergi yöneticileri) bypass etme stratejisine dönüşmektedir. Bu, kültürel sermayenin (örneğin geleneksel dergilerde yayımlanma) yerini dijital sermayeye (takipçi sayısı, viral içerik) bırakmasına yol açabilmektedir. Dijital göçmenlere göre dijital yerliler sosyal medyayı daha hareketli, daha aktif ve daha çok paylaşım yaparak kullanmaktadırlar. Alandaki edebî eser üreticileri, alana yeni girenlerin kullanım pratiklerini "lakayt", "klavye delikanlılığı", "destursuz", "eleştiriye tahammülsüz" şeklinde tanımlamaktadır. Bu durum alanda hâkim pozisyonda bulunanların, yeni dinamiklere uyum sağlamak yerine bir önceki kuşağı beğenmediği yorumlarına paralellik oluşturmaktadır.

Nitekim dijitalleşme ile alandaki dinamiklerin değişimin eşiğinde olduğu ve dönüşüme konu olduğu ortaya çıkmaktadır. Örneğin alandaki pozisyonların dönüşümünde sosyal medyada düzgün paylaşım yapmak: Kimseyi hedef almamak, kitabının çıktığı yayınevinin tercihlerine ve kitaplarına dair olumsuz fikir beyan etmemek alanın içkin kurallarından biri haline gelmiştir. Bu durum, sembolik sermayenin (itibar, saygınlık) sosyal medya

üzerinden yeniden üretilmesiyle ilişkilidir. *Varlık*, *Notos*, *Adam Öykü*, *Kitaplık* gibi liberal ve solda duran ya da *Dergâh*, *Hece*, *Yediiklim* gibi İslâmi değerleri savunan ve sağda duran dergilerde görünür olarak edebî alana giriş yapmak, bu dergileri bir menzil kılmaktadır. Alandaki kapı tutucu pozisyonunda olan kimselerle (editör, genel yayın yönetmeni) iyi ilişkiler kurmak, onlara övgüler dizmek öne çıkan bir başka husustur. Bu da sosyal sermaye ile doğrudan bağlantılı olarak okunabilir. Sosyal medya sayesinde tanınır olmak, takipçi sayısını arttırmak ise alandaki hâkim pozisyonu sürdürmenin bir anahtarı olarak görülmekte ve bu mecralarda siyasi meselelerde pozisyon alıp reaksiyon vererek okurlarıyla duygudaşlık oluşturmak alanın dinamiklerinden bir diğerini oluşturmaktadır. Sosyal medyada takipçi sayısı artırmak veya siyasi pozisyon alarak "duygudaşlık" yaratmak, sembolik sermayenin yeni bir biçimi haline gelmiştir. Örneğin bir yazarın X'te siyasi bir tartışmada etkili bir pozisyon alması, edebî eserlerinden bağımsız olarak onu alanda görünür kılabilir. Bu durum, Bourdieu'nün "alanın heteronomisi" kavramına (dış etkilerin alanı ele geçirmesi) işaret eder.

Dijitalleşen Edebiyat, Dijital Gündelik Hayat

Farklı disiplinlerin kesişim odağında yer alan gündelik hayat kavramı tekrarlardan oluşan bir hayatın ardındaki dinamikleri görmeye fırsat sunmaktadır. Tekrarların ardında gizlenmiş olanın açığa çıkarılmasına imkân tanıyan gündelik hayat kavramı Henri Lefebvre (2012; 2015; 2019), Michel de Certeau (2009) gibi düşünürlerin eserlerinde önemli bir paya sahiptir. Bireyin içerisinde bulunduğu toplumsal yapı ve bireyin karşılıklı etkileşimi sonucunda açığa çıkan gündelik hayat tekrarlardan oluşan ve dolayısıyla basit işleyen bir hayatı çağrıştırmaktadır. Lefebvre'de bu durum ideoloji çözümlemesine alan açan, tekrarları bulmaya olanak sağlayan ve ardında yatan endüstriyi odağa almayı mümkün kılan bir noktadır. İçerisinde her şeyin içselleştirilerek öğrenildiği gündelik hayat, etkileşime girilen her şeyi dönüşüm sürecine tâbi tutmaktadır. Etkileşimin olması onun dinamik bir sürecin içerisinde olduğunu göstermektedir. Bu haliyle gündelik hayat teknolojiyle, kültürle, ekonomiyle, siyasetle ve gündeliğin her ânıyla bir etkileşim neticesinde açığa çıkmaktadır. Uzunca bir süre medya ve iletişim çalışmalarında gündelik hayat ev ortamıyla, aileyle, özellikle de bireylerin akşamları geçirdiği bir zamana odaklanarak çalışmalara konu olmuştur (Bausinger, 2005). Oysa gündelik hayat, mevcut değer yargılarının farklı konumlardaki bireyler tarafından paylaşıldığı, öğrenildiği, meşrulaştırıldığı kültürel bir alanı işaret etmektedir. Oskay (2001: 1) kavramın alışverişe çıkma, ayakkabı seçme, bir memurun konumuna uygun kıyafet satın alma gibi son derece basit görünen davranış kalıpları içerdiğini ifade ederek tü-

ketim biçimlerinin gündelik hayatı oluşturduğunu dile getirmektedir. Tüketimle, vakit geçirmekle ilişkilendirilen tüm bu simgesel anlam ve mekân biçimleri verili toplumsal sistemin kabulüyle düzenlenmekte, belli bir kurallar dizgesi içerisinde açığa çıkmaktadır.

Radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçları üzerine yapılan önceki araştırmaların da ortaya koyduğu gibi (Tacchi, 2002; Wilk, 2002), yeni medya teknolojileri gündelik hayatın altyapısını ve ritimlerini ciddi bir dönüşüme uğratmıştır. Örneğin Lynn Spigel'in televizyon üzerine çalışması (2010), 1950'lerin Amerikası'nda banliyöleşme süreciyle birlikte televizyonun nasıl evin gündelik dokusunun bir parçası haline geldiğini ve ailelerin haberleri ve yayın programlarını izlemek için bir araya gelme biçimlerini nasıl yapılandırdığını ortaya koymaktadır. Bakardjieva (2005), Dourish ve Bell (2007), Livingstone (2002; 2018) ve diğerlerinin gözlemlediği gibi, mutfaklar, bodrumlar, yatak odaları ve arabalar gibi diğer ev içi alanlar da bilgisayarların, cep telefonlarının, oyun cihazlarının, MP3 çalarların ve bir dizi diğer dijital ve ağa bağlı medyanın kullanılmaya başlanmasıyla değişmektedir (Baym, 2000; Bull, 2008; Horst, 2010; Horst ve Miller, 2006). Günümüzde ise değişimi körükleyen ve bu araçları vazgeçilmez kılan platformların başında sosyal medya platformları gelmektedir. Bir tür bağımlılık ilişkisiyle hareket eden (Hari, 2022) algoritmaların çekim alanında kendini bulan kullanıcılar için sosyal medya, tüm avantajları ve dezavantajları ile gündelik yaşama dâhil olmakta, beden davranışından bir arada bulunma pratiklerine, sohbet etmeye değin geniş bir spektrumda varlık alanı bulmaktadır. "İçerik paylaşımı, kamusal iletişim ve kişiler arası bağlantının bir araya gelmesi etrafında inşa edilen dijital platformlar, hizmetler ve uygulamalar" (Burgess vd., 2017: 1) olarak tanımlanan "sosyal medya" terimi, genellikle kullanıcıların kendi içeriklerini ağ oluşturarak dolaşıma dâhil etmesine olanak tanıyan sosyal ağ siteleri (SNS), bloglar, video veya görüntü paylaşım siteleri de dâhil olmak üzere bir dizi internet tabanlı uygulama için şemsiye bir terim olarak açıklanmaktadır.

Lynn Spigel'in (2010) televizyonun ev hayatını dönüştürmesi üzerine çalışması, bugün sosyal medyanın edebî üretim mekânlarını nasıl yeniden şekillendirdiğini anlamak için bir model sunar: Edebiyat artık yalnızca kütüphanelerde veya dergi ofislerinde değil, X thread'lerinde, Instagram hikâyelerinde ve YouTube yorumlarında üretilebilmektedir. Bu, Lefebvre'in "mekânın üretimi" kavramını dijital bir bağlama taşır. Öte yandan geleneksel edebiyatın yavaş üretim-tüketim döngüsü (kitap basımı, eleştiri yazıları), sosyal medyanın anlık etkileşim ritmiyle (tweet, story, beğeni) çatışır.

Sabah ilk iş olarak en yeni sosyal medya güncellemelerini yakalamak için akıllı telefona uzanmak, ardından gün boyunca aralıklı olarak kontrol etmek, sadece uyku bastırana kadar tıklamaya ve kaydırmaya devam etmek, birçok kişi için tanıdık bir deneyim olmaktadır. Sosyal medyanın gündelik hayata eşlik etmekle kalmayıp gündelik hayatın her ânında var olması ve gündelik hayatı kuşatması bir dizi yeni pratiğin ve rutinin oluşmasına (gece uyumadan önce bakmak, sabah uyanır uyanmaz bakmak, yazarken arada bakmak, bildirimlerle bölünmek vb.) aracılık etmektedir. Ancak bunların edebî gündelikte nasıl yer aldığı daha önemlidir. Zira kültürün üreticisi konumunda olan edebî eser üreticilerinin tüketim biçimleri ve bakış açıları tüm bu faktörlerin gündelik hayatlarında kapladığı yeri göstermektedir.

Gündelik hayatı hem bir medya kullanım ortamı olarak hem de medya uygulamaları, teknolojileri ve metinleri tarafından şekillendirilmiş olarak anlamak daha faydalıdır. Zira buradaki fayda, eskimiş sorularla kuşatılamayan bir saha olarak gündelik hayat ve edebî gündeliğin sahasını kavramak için anahtar olarak görülebilir. Edebî gündelik, dijital ve geleneksel gündelik pratiklerin iç içe geçtiği bir deneyim alanı olarak edebî eser üreticilerinin üretme pratiklerine de eşlik etmekte ve edebî pratikleri dönüştürmektedir.

DİJİTALLEŞME KAYNAKLI DÖNÜŞEN OKUMA PRATİKLERİ

2000'li yıllarda farklı şirketlerin e-okuyucu cihazları, tüketici pazarlarını doldurmaya başladığında basılı kitabın sonuna dair anlatılar, yeni teknolojilerin okuma eylemi üzerindeki etkisi gibi meseleler öncelikle gazetecilik yorumlarında belirginlik kazanır. Daha sonra akademik alanda da çoğu yazar elektronik kitapların (e-kitaplar) basılı kitapların yerini almak yerine, onlarla var olacağını savunmaya meyilli olarak üretim yaparlar. Ancak biraz süre geçince birçoğu karşı argümanlarını ortaya koymak için retorik bir başlangıç noktası olarak kitabın sonuyla ilgili tahminlere atıfta bulunmaya başlar (Ballatore ve Natale, 2016). Günümüzde ise üretim ve tüketim kalıplarındaki değişikliklerin bir sonucu olarak basılı kitap, yayıncıların azalan gelirleri, içeriğin çevrimiçi platformlar arasında dağılması, dikkat süresinin kısalması, parçalı okuma alışkanlıklarının patlaması, fiziksel kitapçıların ortadan kalkması ve sadık okuyucuların kaybı arasında bir kavşakta görülmektedir.

Geleneksel araçlarla dijital çağın araçları birbirlerinden farklı gibi duruyor olsa da sıkı bir bağla birbirlerine bağlı oldukları ifade edilebilir. Dijital araçların ve yeni medyanın zaman ve zemin kavrayışında meydana ge-

tirdiği değişiklikler, lineer bir akışı parçalayarak hiper metinsel bir medya yapısına geçişi mümkün kılmıştır. Böylelikle hız ve sürekli çevrimiçi olmanın getirdiği bir sonuç olarak, edebî eser üreticilerinin gündelik hayatında düşünme, üretme, ürettiğinden çıktı elde etme, bilgi edinme gibi birçok özellik belirgin bir biçimde dönüşümün sahnesine konu olmaktadır. Oysa yine de bugün, hâlâ geleneksel ve yeni medya araçlarının birlikte ve bir arada var olduğu, melez bir iletişim ve medya pratiğine sahip olduğu söylenebilir. Çevrimiçi ve çevrimdışı özelliklerin bir arada bulunması, edebî gündelikte okuma ve yazma pratiklerinde, okurlarla, yayınevi ile kurulan iletişimde de açığa çıkmaktadır. Zira hem basılı kitabın hem de e-kitabın edebî gündelikte bir arada var olduğu saha boyunca karşılaşılan bulgular arasında yer almaktadır.

Geçtiğimiz birkaç on yıl, teknolojik olarak gelişmiş toplumlardaki insanların okuma biçimlerinde benzeri görülmemiş bir dönüşüme tanıklık etmiştir: kitap, dergi ve gazete şeklinde kâğıda basılı metinlerle sınırlı kalmak yerine, birçok insan artık bilgisayarlar, taşınabilir e-okuyucular ve akıllı telefonlar dâhil olmak üzere dijital cihazlarda görüntülenen metinlerle rutin olarak etkileşime girmektedir. Özellikle koronavirüs salgınından sonra çevrimiçi öğrenmenin yaygın olarak benimsenmesiyle dijital okuma artan bir popülerlik kazanmıştır. Dijital teknoloji, metinlerin görüntülenme şeklini değiştirerek *hiper* metinle, videolarda altyazılar ve dijital panolarda kayan metinleri içeren dinamik, etkileşimli ve çok modlu metinlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu değişikliklerle eş zamanlı olarak okuma hedeflerinde de değişiklikler olmuştur: İnsanlar artık belirli bilgileri hızlı bir şekilde aramak için rutin olarak internet web sayfalarını okumakta, eğlence için altyazılı filmleri izlemekte, hızlı iletişim ve sosyal etkileşim için X ve Facebook, Instagram gibi sosyal medya uygulamalarındaki kısa mesajları ve gönderileri okumakta, izlemektedirler. Ancak sosyal medyada geçirilen bu zaman ve zamanın tüketilme biçimi ciddi bir alanı kaplamakta ve dikkat süresini önemli ölçüde daraltmaktadır.

Önceleri örneğin gece uyumadan önce kitap okuma bugün Reels videoları izlemekle ikame edilmektedir. TikTok merkezli ve Instagram'ın daha sonra TikTok'tan esinlenerek piyasaya sürdüğü, Instagram platformunun içerisinde yer alan Reels videoları edebî eser üreticilerinin hayatında bir ninni olarak yer almaktadır. Zira uykuya dalmadan önce normalde kitap okuyan, düşünen görüşmeciler bu platformlar aracılığıyla, uykuya dalmanın, gündelik hayattan kaçmanın bir aracı olarak bu videoları izlemektedirler. Böylece dijitalleşmenin etkisiyle, Reels videoları aracılığıyla gece yatmadan önceki rutinlerin dönüştüğü söylenebilir. Yazarlar Reels videolarını yoğunluktan bir kaçış, gündelik hayata ara vermek olarak görmektedirler.

Teknolojinin gündelik hayatta yaygınlaşmadığı dönemde kitap okuyan yazarlar, Reels videolarıyla uykuya dalarak, okumaya ara vermektedir. Edebî eser üreticilerine göre Reels videoları, uykuya dalmayı kolaylaştırmakta ancak bu kolaylık bir yorgunlukla sonuçlandığı takdirde uyumaya yardımcı olabilmektedir. Öte yandan X platformunda haber takibi yapılması gazete okuma alışkanlıklarında da bir dönüşüm yaratmıştır. Sosyal medyanın henüz yaygınlaşmadığı dönemde kahvaltıda gazete okumak gibi deneyimler sosyal medyada ve özellikle X'te haber takip etmekle ikame edilmektedir.

YAZMA EYLEMİ VE SOSYAL MEDYA; YAZARKEN BÖLÜNMEK

Wilkins (2014) yazar olarak yazma biçimlerinin dijital yayıncılığın büyümesi ve Web 2.0 teknolojisinin yaygın kullanımı nedeniyle tehdit altında olduğunu ya da zaten zayıfladığını iddia etmektedir. Shirky'ye göre (2010: 9) teknolojik gelişme, varlıklı Batı'da birçok bireye daha fazla boş zaman sağlamış ve bu da daha az değil, daha fazla yaratıcı olunabileceğine dair bir zihinsel sürece yol açmıştır. Wilkins'in çalışmasında ortaya çıkan şey teknolojinin gündelik yaşam pratiklerimizde önemli bir etken olmasına bağlı olarak, dikkat dağınıklığını yükseltmesi ve teknolojik araçların rutinler dayatmasıdır. Teknolojik araçların rutinler dayatması ve dikkat dağıtıcı bir unsur olarak gündeme gelmesini, örneklerle çoğaltmak mümkündür. Zira Wilkins (2014) yazarın bilgisayarı açmasının e-posta kutusunu kontrol etmesine yol açtığını, zor bir cümleyle boğuşmasının sosyal medya mecralarında gezinmeye alan sağladığını, bir soru karşısında arama motorlarını kullanmayı alışkanlık edindiğini ve böylece yazma sırasında çokça amacın dışında bir deneyimin gerçekleştiğini vurgular. Bu alışkanlıkların yahut rutinlerin, tekrarların çoğu, yazarların dijital bir yazar kimliği ya da platformda yayıncı zorlamasıyla bir persona geliştirmeleri yönündeki artan ısrardan kaynaklanmaktadır.

Bu çalışmada, saha boyunca da edebî alanda hatırı sayılır bir sermayesi olan yayınevlerinin yazarlarına sosyal medya platformlarını aktif kullanmaları gerektiğini söylemesi, hattâ bazı görüşmecilerin bu platformları kullanma sebebinin yayıncının ısrarı sonucu olduğunu dile getirmesi, pazar koşullarının belirleyiciliğini ve alanın örtük kurallarını açığa çıkarmaktadır. Nitekim Wilkins'in yıllar önceki araştırmasına paralel bir bulgunun Türkiye edebî alanında ortaya çıkması, yazarların platformları kullanmasının her zaman bir seçimle değil dayatma ve örtük kurallardan da ileri geldiğini göstermektedir.

Yazma alışkanlıklarına yönelik en büyük tehditlerden biri olarak görülebilecek olan yayıncılık endüstrisinin yazarların sosyal medya mecralarını

kullanmaları noktasındaki ısrarı, orada gelişim göstermeleri, yazma amacı dışında pazar koşullarının dijitalleşme dolayısıyla doğurduğu bir sonuçtur. Bu durum, yazı için tehdit oluştururken yayıncılar açısından satışları arttırmanın bir yoludur. Dijitalleşmenin ve dijital araçların gündelik yaşamda egemen olmadığı dönemde, yayıncılık modeli farklı işlemektedir. Önceleri yazar, tek başına bir odada, Benjamin'in (2012) deyimiyle yalnız bir odada, yoksulluk içinde, elle veya daktilo ile bir eser meydana getirmektedir. Ürettiği bu el yazması yahut daktilo ürünü eser, fiziksel olarak yayıncıya götürülmekte ve yayıncı da bunu kitaba dönüştürerek kitapçılar aracılığıyla satışa sunmaktadır.

Ancak günümüzde sahada görüştüğümüz yazarların büyük çoğunluğu, kelime işlemci programını kullanmakta, yayıncılar ve okuyucularla e-posta yoluyla iletişime geçmektedir. Bugünkü yayıncılık modelinde, bir yazar sabah uyandığında bir e-kitap yazabilir, öğle vakti baskı için yayıncıya gönderebilir ve ânında baskı talebine yanıt verebilir durumdadır. Yazarlık deneyimindeki en önemli değişikliklerden birini oluşturan bu yeni model, pazarlama ve tanıtım alanında bir değişimi körüklemektedir. Daha önceleri, örneğin, roman yazarları kitaplarını pazarlamak için yayıncılara güvenmektedir. Bugün yayıncılar ve okurlar, yazarların edebiyat festivallerinde ve –yazım sürecinin tüm aşamalarında– web ve sosyal medya aracılığıyla eserleri hakkında aktif olarak konuşmalarını ve satış yapmalarını beklemektedir. Bugün geleneksel yayıncılığın modeli olarak yazardan yayıncıya, yayıncıdan okura ulaşan modelin artık geçerliliği, başarı getirmemekte ve yayıncılar tarafından tercih edilmemektedir. Sahada görüştüğümüz görüşmeciler, sosyal medya kullanmanın alanın örtük kurallarından biri olduğunu, sosyal medya kullanmayan yazarın ürettiğinin dolaşıma girmediğini, okurlar tarafından paylaşılmadığını ve kimsenin haberdar olmadığını ifade etmektedir. Böylece sosyal medyada yer almayan edebî eser üreticisi alanda hâkim bir pozisyonda yer almıyorsa (Orhan Pamuk, Elif Şafak, Zülfü Livaneli vb. değilse) sosyal medya kullanımı bir zorunluluk olarak açığa çıkmaktadır. Ancak bu ciddi bir zaman ve emek gerektirdiğinden yazmanın dışında bir uğraş olarak edebî gündeliğe dâhil olmaktadır. Öte yandan dijitalleşmenin bir sonucu olarak yazma araçlarının da dönüşmesi ve gündelik hayata eşlik etmesi sahadaki bulgulardan bir diğerini oluşturmaktadır. Görüşmecilerin büyük çoğunluğu yazı araç gereçlerinin kalem ve kâğıt değil, klavye ve dokunulan bir ekran olduğunu dile getirmiştir. Buna "dokunmatik yazma" diyebilmek mümkündür. Dokunmatik yazma, akıllı telefonların ve yazılımların geliştirdiği sistemlerle hayatımıza girmiş ve yazma pratiklerini dönüştürmüştür.

Okuma ve yazma bir mekândan kopmuş artık ayrıcalıklı olmayan yerlerde gerçekleşen gündelik faaliyetler haline gelmiştir. Bu gündelik faaliyetlerin alanına çekilen yazı, başlangıçta *kendine ait bir oda* ile mümkünken bugün her yere yayılmış, diğer gündelik faaliyetlere eşlik eden, onlarla yürüyen bir alana çekilmiştir. Popüler yayın hizmetleri, *podcast*ler, sosyal medya ve internetin bilgi denizi de dâhil olmak üzere, eğlence fırsatları çoğalırken, her güne daha fazla saat eklenmemesi (Andersen vd., 2021: 132) yazma sürecini, zorunlu olarak diğer deneyimlerle bir arada olmaya zorlamıştır. Ancak dijital yerli ve dijital göçmenlere göre, durum sahada da görüldüğü üzere farklılaşmaktadır. Dijital yerliler için yazma, tamamıyla ekranla birlikte yürürken dijital göçmenler mektup formunu, beklemeyi daha önce deneyimledikleri için iki türlü yazmayı (örneğin önce el yazısıyla kâğıda yazıp sonra kelime işlemci programıyla bilgisayara geçirme) bir arada sürdürmektedir.

Z kuşağına mensup yazarlar, kalem ve kâğıdı kullanmaz ve taşımazken önceki kuşakların not defterleri ve kalemlerle birlikte gündelik hayatı yaşadıkları görülmektedir. Dijital yerli yazarların ise telefonlarında not defteri uygulaması aracılığıyla not tuttuğu, hattâ çoğunun Facebook gibi platformları bir not defteri olarak kullandığı yönündeki anlatılar sahada sıklıkla dile getirilen bir durumdur.

Öte yandan sosyal medya mecralarını kullanma yeri olarak yazma sırasında bir ve aynı mekânın paylaşıldığı görülür. Örneğin Facebook, X gibi sosyal medya platformlarına tam da yazmanın gerçekleşmesi gereken yerden erişilmektedir: bir yazı masasında, bilgisayarda (yazarların çoğunun artık elle yazmadığını varsayarsak). Dolayısıyla da birbirinin içerisine giren ama girmemesi gereken pratiklerin tek alanda yoğunlaştığı görülmektedir. Sadece yazıyla ilgilenmek ve yazmak sosyal medyaya erişimin kolaylığı nedeniyle zor bir pratik halini almaktadır. Kelimelerin geçici olarak yavaşladığı anlar, düşünme ve yeniden odaklanma zamanlarından ziyade, e-posta veya X'i kontrol etme, bu mecralarda gezinme fırsatlarına dönüşmektedir. Düşünceler ve kelimeler, yazarın bir başka yazıyla ilgilenmek için yazma görevinden ayrılmasıyla kesintiye uğramaktadır.

Sonuç

Dijitalleşme ve edebî eserlerin üretilmesini merkeze alan çalışmada, dijitalleşmenin edebî üretimi pek çok açıdan dönüştürdüğü görülmektedir. İki yönlü olan bu ilişkide dijitalleşme dönüşümü tetikleyen ana faktör olarak öne çıkarken, edebî eser üreticileri dönüşen ilişkinin en büyük muhatabı konumundadır. Bu ilişkinin tüm yönleriyle ortaya konulabilmesi için etnografik bir alan araştırılması yürütülen bu çalışmada; edebî eser üreticile-

rinin dijitalleşme ile kurdukları ilişki biçimleri ve dijital araçları kullanım pratikleri incelenmiştir. Bu süreçte, edebî eser üreticilerinin dijital çağda metin üretme ve okuma pratiklerinin dönüşümü ile dijitalleşmenin edebî eserlerin içeriğini dönüştürme biçimleri birbirini besleyen iki unsur olarak ele alınmıştır.

Dijitalleşme kaynaklı gelişmeler ile edebî gündelik hayat arasındaki karmaşık ilişki, geleneksel ile yeni arasındaki ikilik veya gerilim açısından değerlendirildiğinde, süreklilikler, kesintiler ve örtüşmeler görünür hale gelmiştir. Ancak bu ilişkinin edebî eser üreticileri üzerindeki etkisi, bilişsel, bedensel ve duygusal bir yatırım alanı olarak kendini göstermektedir. Günümüzde edebî gündelik alan, zamanın sarsıldığı, zaman ve mekânla kurulan ilişkinin değiştiği; geleneksel rollerin ve pratiklerin büyük ölçüde farklılaştığı ya da farklılaşmanın eşiğinde olduğu bir alan haline gelmiştir.

Nitekim Türkiye'deki edebî alana baktığımızda, bu alanın kendine özgü yasalarının dönüşmekte olduğunu gözlemlemek mümkündür. Bu alandaki örtük ve yazısız kurallar; matbu bir kitapla edebî alana girmek, dergilerde görünmek, kültürel sermayeye sahip olmak, belirli bir edebî anlayış benimsemek ve alandaki faillerle iyi ilişkiler geliştirmek şeklinde öne çıkmaktadır. Öte yandan, edebî alan üreticilere çeşitli ihtimaller sunan bir yapı olarak varlık kazanmaktadır. Bu ihtimaller alanı, mücadeleleri görünür kılmakta ve alanın sürekliliğini sağlamaktadır.

Edebî alana yeni girenler ile mevcut üreticiler arasındaki mücadele hem örtük hem de açık biçimde sürmektedir. Öyle ki, bu mücadelenin izleri sahada da gözlemlenmiş ve Türkiye edebî alanında her yeni kuşakta, alanın kurallarına ve hâkim anlayışlarına yönelik bir itiraz geliştiği konusunda fikir birliğine varılmıştır. Ancak hayatın dinamizmi karşısında alanın kurallarının değiştiği, yenilerin zamanla yerleşik hale geldiği bilinmektedir. Dolayısıyla sahada karşılaşılan mücadelede, hiyerarşi ilkesinin bir sonucu olarak; yazarların "neye edebiyat dedikleri", "neyin edebî olduğu" konusundaki tanımlamaları ve edebî alana çizdikleri sınırlar önemli mücadele unsurları olarak öne çıkmıştır.

Öne çıkan bir diğer husus ise edebî alan, farklı aracıların eylemleri aracılığıyla kitabı sembolik bir mal olarak ürettiği bir alandır. Sermaye, alan içindeki sosyal mücadelede kaynak olarak kullanılabilir bir özellik ve mülkiyettir. Kültürel sermaye burada en önemli sermaye biçimi olarak karşımıza çıkmıştır. Ekonomik sermaye, yani ekonomik varlıklara sahip olmak, edebiyat alanında bir iş edinmenin ön koşulu gibi görünürken; güçlü bir sosyal ilişkiler ağına sahip olmayı gerektiren sosyal sermaye, aracıların yeni yaratıcı katkılar ararken ve seçerken yararlanabilecekleri bir varlık olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal sermaye, gerçekten de saha kısmında alana

giriş için en önemli sermaye biçimi olarak görünür olmuştur. Sosyal sermayesi güçlü olanlar daha iyi bir konumda yer alırken sosyal sermayesi düşük kimseler bunu edinme aşamasına gelene değin pek çok farklı uğrak yerlerinde konum almışlardır. Dolayısıyla araştırmanın bu kısmının Bourdieu'nün kavramsal hatlarıyla paralel bir sonuca ulaştığı söylenebilir.

Öte yandan, sahada sıklıkla dijitalleşme döneminde ve dijitalleşme öncesi dönemde meydana gelen değişimler, devamlılıklarla ve kopmalarla ortaya çıkmıştır. Devamlılıklar, gündelik hayatın analog olduğu dönemden kalma pratiklere karşılık gelirken, kopmalar ise dijitalleşme kaynaklı yeni pratiklerin oluşmasına ve analog dönemden uzaklaşmaya karşılık gelmiştir. Devamlılıkların bir bölümü okuma biçimlerinde, edebî eser üretiminde kullanılan araçlarda ve üretimdeki pratiklerde kendini göstermiştir. Örneğin kimi edebî eser üreticilerinin kitapla kurduğu, duygusal ve nostaljiyi içeren ilişki, geçmiş dönemlerdeki gibi devam etmekte ya da dijitalleşmeye karşıt olarak basılı kitaba verilen önem ve bağlanma biçimleri abartılabilmektedir. Diğer bir devamlılık alana içkin olarak basılı kitabın önem derecesi ve öncelik sırasıdır. Alana girişte hâlâ basılı kitap, önemli bir parametre olarak görülmektedir. Basılı kitap Bourdieu'nün alana dair değerlendirmelerinin Türkiye edebî alanı için geçerliliğini koruyan bir araç olduğunu göstermiştir.

Edebî üretim açısından keskin kopuşlara ise yazım konusunda ve sözlük kullanımında rastlanılmıştır. Edebî eser üreticilerinin büyük çoğunluğu artık elle yazmak yerine, bilgisayarda ve kelime işlemcisinde yazma eylemini gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla üretilen metin dijital olarak üretilmekte ve nihai kertede analog hale gelmektedir. Diğer bir kopuş ise medya tüketimlerine ilişkindir. Edebî eser üreticilerinin gündelik hayatında, televizyonun ve basılı gazetelerin yerini internet almıştır. Televizyonda haber izlemek X'te haber takip etmeyle ikame edilmiştir.

Kopuşların yanısıra, pek çok yeni alışkanlıkların ve rutinlerin oluştuğu da gözlenmiştir: Yazarın bilgisayarı açtığında e-posta kutusunu kontrol etmesi, zor bir cümleyle boğuşurken sosyal medya mecralarında gezinmesi, bir soru karşısında arama motorlarını kullanması vs. Bu alışkanlıklar, rutinler, tekrarlar, yazarların dijital bir yazar kimliği oluşturmalarının yahut platformda yayıncı zorlamasıyla bir persona geliştirmelerinin gereğidir. Ancak tüm bunların, çağın getirdiği bir sonuç olduğu da gözden kaçırılmamalıdır. Sahada karşılaşılan bir durum olarak büyük yayınevlerinin yazarlara sosyal medya platformlarını aktif kullanmaları gerektiğini söylemesi ve bazı görüşmecilerin bu platformları kullanma sebebinin yayıncının ısrarı sonucu olduğunu dile getirmesi, sosyal medya kullanımının pazarın gerekli kıldığı bir unsur ve edebî alanın örtük kurallarından biri haline gel-

diğini doğrular niteliktedir. Dolayısıyla bir seçimle değil bir dayatmayla edebî alanda sosyal medya kullanımına sıkça rastlanılmıştır.

Alan çalışması boyunca, sahaya çıkarken dijitalleşme merkeze alınmış olsa da çalışmanın bir yerden sonra sosyal medyaya evrildiği görülmüştür. Dijitalleşmenin artık sosyal medya ile eş anlamlı olarak görüldüğü ve dijitalleşme denilince sosyal medyanın ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. X ve Instagram sosyal medya denilince edebî eser üreticilerinin zihinlerinde yer edinen iki platform olmuştur. Facebook ise hemen hemen tüm görüşmecilerin bir dönem kullandığı ancak artık dijital göçmenlerin yurdu olarak anlamlandırılan bir platforma dönüşmüştür. Bu konu görüşmecilerin büyük çoğunluğu tarafından "yaşlılar çok", "taşındık", "amcalar var", "diğer iki platformun karması" şeklinde ifade edilmiştir.

Saha boyunca literatürde yer bulan dijital göçmen ve dijital yerli gibi kavramların literatürle uyumlu olarak sonuç verdiğine ulaşılmıştır. Genç görüşmecilere kıyasla, edebî alana analog bir şekilde başlayan, analog rutinlerle yazıya başlayan görüşmecilerin dijitalleşmeye bakış açısı daha mesafelidir. Bu durum ise yeterince kullanımı bilmemekten değil, bir tercihten kaynaklanmaktadır. Edebî eser üreticilerinden yaşı daha genç olanlar özellikle 90'lı yıllarda doğanlar, platformları daha rahat kullanırken, özellikle 80'li yıllarda doğan yazarlar sosyal medyanın paylaşım mantığına çok sıcak bakmamakta ve daha mesafeli durmaktadır.

Çalışmada sosyal medyanın sermaye edinme noktasındaki etkisinin yanısıra bedensel pratiklerle eş değer tutulduğu görülmüştür. Görüşmecilerden çoğunun sosyal medyayı "yaşamın ayrılmaz bir parçası, bedenimin bir uzvu" şeklindeki nitelendirmesi, araçların protez bir eklemlenmeyle bedene eklemlenmiş hissinin güzel bir tarifidir. Bedensel pratiklerle ifade edilen sosyal medya bu bağlamda vazgeçilmez bir araç özelliğiyle yatırım yapılan bir ortamdır. Bedenin bir uzvu şeklinde ele alınması sosyal medyanın kullanımını vazgeçilmez kılarak, gündelik hayatın merkezine almayla sonuçlanır.

Sosyal medya kullanımının günün belirli anlarına değil, her âna yayılmış olması sonucunda, edebî eser üreticilerinin birbirlerini sosyal medyadan gözlemlemesi de her âna karşılık gelmiştir. Bu Bourdieucü anlamda alana yapılan yatırımla, alandaki varlığı sürdürmekle ve yeni oluşan dinamiklere karşı tutum almakla örtüşmüştür. Zira bu kullanım biçimleri mücadele dinamiklerinde ortaya çıkmıştır. Edebî alanla ilişkili olarak mücadele ve bakış açıları sosyal medya kullanımında da yüzeye çıkmıştır. Bu mücadeleler ve dinamikler daha genç olanlara karşı "saygısız, destur yok, rahat, gevşek" gibi ifadelerle görünür olmuştur. Görüşmecilere göre alana yeni girenler ve alana talip olanlar eleştiriye tahammül etmemekte, egolarının

yüksek olması eleştirinin hakaret olarak algılanmasına yol açmaktadır. Bu durum yeni girmekle değil, sosyal medyanın içkin dinamiklerinden kaynaklanmaktadır. Yeni girenlere yönelik bu tutumlar birinci bölümde görüldüğü üzere alanda var olanların kendi konumlarını pekiştirmelerinin, iktidarlarını sürdürmek istemelerinin bir sonucudur. Alanda yerleşik olanların yeni girenleri "destur yok" diye ifade etmeleri, bir itaat ve icazet makamı olarak kendilerini görmelerinden kaynaklı iken, bu durumun olumsuz ifadelerle açığa çıkması yeni girenlerin kendilerinden önce alanda bulunanları bir onay mercii şeklinde görmemelerinden kaynaklanmaktadır. Yeni girenlere yönelen tutumlara eşlik eden diğer bir bakış ise yeni girenlerin doğal olarak "deneyim açısından yoksun" olduklarıdır. Dijitalleşmenin özellikle alana yeni girenleri deneyim açısından yoksullaştırdığı yönündeki ifadeler, teknoloji ve gerçek deneyim arasındaki ikilikle anlam kazanmaktadır.

Dijitalleşme kaynaklı gelişmeler metinlerin görüntüleme şekillerini dönüştürerek farklı biçimlerde, videolarda ortaya çıkmasını sağlamış, dijital panolarda kayan metinleri içeren dinamik, etkileşimli ve çok modlu metinlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu değişikliklerle eş zamanlı olarak okuma pratiklerinde de dönüşümler meydana gelmiştir. Sahada görüştüğümüz edebî eser üreticilerinin büyük çoğunluğu e-kitap okumayı reddetmese de basılı kitaplar öncelikle tercihleridir. Eserin türü de okuma araçları üzerinde önemli bir etken olarak belirginleşmiştir. Örneğin akademik metinlerin e-kitap formatında okunabilmesine sıcak bakılırken, kurgu ve edebî içeriklerden müteşekkil eserler söz konusu olduğunda basılı kopyaları tercih edilmektedir. Bu açılardan bakıldığında görüşmecilerin büyük çoğunluğu e-kitap formatını zorunlu olmadıkça tercih etmemektedir. Basılı kitaplar evde, gün içinde ve yeterli zaman olduğunda tercih edilirken; e-kitaplar toplu taşıma araçlarında, halka açık yerlerde, tatilde, gece uyumadan önce, okumak için yeterli zaman olmadığında tercih edilmektedir. Ancak özellikle dijital göçmenler için e-kitap daha ergonomik olarak görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında hâkim görüşlerin aksine, dijital göçmenler belli bir okuma pratiği edindikten sonra e-kitap okumayı tercih etmekte; e-kitabın kolay ulaşılabilir ve fiyatının ucuz olması noktaları e-kitabı tercih sebebi kılmaktadır. Ancak görüşmecilerin neredeyse tamamının "çoklu format kullanıcıları" (*multi-format users*) olduğu ortaya çıkmıştır. Çoklu format kullanıcıları, hem basılı kitapları hem de e-kitapları okuyan okuyucuları ifade eder. Sahada e-kitabın edebî alana giriş için yeterli olmadığı görüşü, yaygın bir görüştür. Bu açıdan bakıldığında, e-kitaplar okunmak için tercih ediliyor olsa da edebî eser üreticilerinin alandaki varlıklarını sürdürmek, konumlarını pekiştirmek için yayım formatı olarak tercih edilmediği görülmüştür.

Son olarak bu çalışmanın yanıtlamadığı soru ve alanları hatırlatmakta yarar var. Bu çalışma, edebî eser üreticilerinin dijitalleşme ile kurdukları ilişkiyi anlamak için önemli bir adım olmakla birlikte, sıradan okurların deneyimlerini dâhil etmemesi nedeniyle bazı sınırlılıklara sahiptir. Gelecek çalışmalarda, okurların dijitalleşme ile kurdukları ilişki, sosyal medya kullanım pratikleri ve edebî eser üreticileriyle etkileşimleri üzerine odaklanılması önerilmektedir. Ayrıca, dijitalleşmenin edebî alanın özerkliği üzerindeki etkileri ve bu süreçte ortaya çıkan yeni direniş biçimleri daha derinlemesine incelenmelidir. Özellikle okurların, dijitalleşmeyi nasıl deneyimledikleri, edebî eser üreticilerinin sosyal medya kullanımlarını nasıl gördükleri, sosyal medyanın onlar için imkânlarının ne olduğu gibi konular iletişim etnografisi alanlarındaki çalışmalarda ele alınabilir.

Kaynakça

Andersen, T. R., Kjerkegaard, S., & Stougaard Pedersen, B. (2021). Introduction: Modes of reading. *Poetics Today*, *42*(2), 131-147.

Bakardjieva, M. (2005). *Internet Society: The Internet in Everyday Life.* London: Sage.

Ballatore A., Natale S. (2016). e-Readers and the death of the book: Or, new media and the myth of the disappearing medium. *New Media & Society*, 18(10), 2379–2394. https://doi.org/10.1177/1461444815586984

Bausinger, H. (1984). *Media, technology and daily life*. Academic Press.

Baym, N. (2000). *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Benjamin, W. (2012). *Son Bakışta Aşk: Walter Benjamin'den Seçme Yazılar.* (haz. Nurdan Gürbilek) İstanbul: Metis Yayınları.

Bourdieu, P. (2006). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı*, (çev. N. Kamil Sevil). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bourdieu, P. (2021). *Genel Sosyoloji: Collège de France Dersleri (1981-1983*). (çev. Z. Emirosmanoğlu). İstanbul: İletişim Yayınları.

Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2014). *Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar*, (çev. N. Ökten). İstanbul: İletişim Yayınları

Bull, M. (2008). *Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience.* London: Routledge.

Burgess, J., Marwick, A. ve Poell, T. (2017). *The Sage Handbook of Social Media*. London: Sage.

Certeau, D. M. (2009). *Gündelik Hayatın Keşfi I: Eylem, Uygulama, Üretim Sanatları.* (çev. Lale Arslan Özcan). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Dourish, P. ve Bell, G. (2007). The Infrastructure of Experience and the Experience of Infrastructure: Meaning and Structure in Everyday Encounters with Space. *Environment and Planning B: Planning and Design* 34(3): 414-30.

Hari, J. (2022). *Çalınan Dikkat: Neden Odaklanamıyoruz*?, (çev. B. E. Aksoy). İstanbul: Metis Yayınları.

Horst, H. (2010). Families. *Hanging Out, Messing Around and Geeking Out: Living and Learning with New Media* içinde, ed. Mizuko Ito, Daisuke Okabe and Misa Matsuda, 149-94. Cambridge, MA: MIT Press.

Horst, H. ve Miller, D. (2006). *The Cell Phone: An Anthropology of Communication.* Oxford: Berg.

Lefebvre, H. (2012). *Gündelik Hayatın Eleştirisi I*, (çev. Işık Ergüden), İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2015). *Gündelik Hayatın Eleştirisi III: Moderniteden Modernizme (Gündelik Hayatın Meta-Felsefesi)*, (çev. Işık Ergüden), İstanbul: Sel Yayıncılık.

Lefebvre, H. (2019). *Gündelik Hayatın Eleştirisi II: Gündelik Hayat Sosyolojisinin Temelleri*, (çev. Işık Ergüden), İstanbul: Sel Yayıncılık.

Livingstone, S. (2002). *Young People and New Media.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Livingstone, S. (2018) Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research. *Television and New Media*. 20. 2.

Oskay, Ü. (1989). "Modern Toplumlarda Gündelik Hayatın Sistemle Bütünleşmemiz ve Birey Olamayışımız Açısından Önemi", Bruce Brown, *Günlük Hayatın Eleştirisi* içinde (çev. Yavuz Alogan), İstanbul: Ayrıntı.

Shirky, C. (2010). *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. London: Penguin.

Spigel, L. (1992). *Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America.* Chicago: University of Chicago Press.

Tacchi, J. A. (2002). *Radio Texture: Between Self and Others. The Anthropology of Media: A Reader* içinde, ed. Kelly Askew and Richard R. Wilk, 241-57. Malden, MA: Blackwell.

Wacquant, L. (2007). Pierre Bourdieu: Hayatı, Eserleri ve Entelektüel Gelişimi. *Ocak ve Zanaat*, *Pierre Bourdieu Derlemesi* içinde, (der.). Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı, Ümit Tatlıcan. İstanbul: İletişim Yayınları. ss. 53-76.

Wilk, R. (2002). Television, Time, and the National Imaginary in Belize. *Media Worlds* içinde, ed. Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughod and Brian Larkin, 171-86. Berkeley: University of California Press.

Wilkins, K. (2014). Writing resilience in the digital age. *New Writing*, *11*(1), 67-76.

Yıldırım, M. Ö. (2024). "Edebî Eserlerin Üretilmesinde Yeni Medyanın Rolü." Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.